

УДК 311

*В. Д. Выборный*

*профессор кафедры социально-гуманитарных дисциплин*

*Могилевского института МВД,*

*кандидат исторических наук, доцент*

*(Беларусь)*

## **РОЛЬ РАДИО В ФОРМИРОВАНИИ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ ЖИТЕЛЕЙ МОГИЛЕВСКОЙ ОБЛАСТИ (СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ)**

*В статье на основании данных социологических опросов, проведенных в период с 2012 по 2020 год, рассматривается роль радио в формировании коммуникативной компетенции жителей Могилевской области. Анализируются: аудитория радио; информационные запросы и радиопредпочтения жителей; частота прослушивания радио; какие передачи пользуются популярностью, а также изменения, которые претерпевают в работе регионального радио.*

В последние годы роль радио в жизни жителей Могилевской области заметно изменилась. К сожалению, оно уже не является таким популярным источником информации и культурной коммуникации, как в прошлые годы. Сегодня радио явно проигрывает телевидению и Интернету. Но, несмотря на это, и у него есть определенная круг своих почитателей. Как показал последний социологический опрос, у достаточно большого числа могилевских респондентов (более 45,0 %) радио продолжает пользоваться популярностью [1]. Это даже несколько больше, чем при опросе жителей области в 2012 году, проведенном Могилевским институтом региональных социально-политических исследований (менее 43,0 %) [2].

Чем же обусловлено такое внимание жителей Могилевской области к радио и что привлекает их к прослушиванию радиопередач? Этот вопрос мы будем рассматривать на основе сравнительного анализа роли радио в формировании коммуникативной компетенции жителей Могилевской области. При этом будут использоваться данные социологических опросов, проведенных в Могилевской области в период с 2012 по 2020 год Могилевским институтом региональных социально-политических исследований (МИРСПИ) и отделом социологических исследований и информационно-аналитической работы КИУП «Информационное агентство “Могилевские ведомости”».

Следует отметить, что радио имеет определенный ряд преимуществ перед телевидением. Во-первых, сегодня это один из самых дешевых и доступных видов информации и специфическая форма развития культурной коммуникации. Радио позволяет не только просто слушать популярную музыку во время других

видов занятий (вождение автомобиля, работа по дому, во время отдыха и т. д.), но и получать нужную для слушателей информацию, получать знания и формировать умения, навыки и опыт в сфере общения. Эти преимущества и делают сегодня стабильной аудиторию радио Могилевщины.

Во-вторых, радио в своих передачах имеет возможность быстро и оперативно отвечать на информационные запросы жителей области. Так, например, анализ обращений граждан, поступивших в 2012 году в государственные СМИ области, показал, что жителей чаще всего волновали вопросы, связанные с неудовлетворительной работой служб жилищно-коммунального хозяйства. Интересовали граждан вопросы организации работы общественного транспорта, благоустройства и охраны окружающей среды, качества медицинского обслуживания и организации торговли. В то же время в этот период менее всего интересовали граждан вопросы языкового и в целом культурного развития жителей области. Эти обращения и были в дальнейшем учтены при организации передач в региональном радио в этот период.

А в последние годы значительно стали меняться радиопредпочтения жителей Могилевской области. Среди претензий, предъявляемых населением области в 2020 году к региональному радио, можно выделить недостаточное информирование граждан интересными и новыми историческими фактами по региону (25,5 %). Жители считают необходимым получать информацию об областных туристических маршрутах (19,5 %), о традициях и обычаях белорусского народа (19,10 %), о юных талантах Могилевщины (12,6 %), об известных уроженцах региона (8,0 %), высказать свои суждения и точку зрения по актуальным вопросам жизни белорусского общества [1].

Все это, конечно, потребовало от регионального радио несколько изменить характер работы и приступить к созданию новых программ и колонок, отвечающих этим информационным запросам населения. С учетом пожеланий населения области региональное радио увеличило трансляцию информации, которая способствует формированию чувства гордости и уважения к своей многонациональной стране и ее культуре [1].

Кроме того, значительно расширился охват областной аудитории радио. Появились целые рубрики для различных возрастных групп населения. Больше стало региональное радио уделять внимания молодежной аудитории.

Что же интересует сегодня молодых людей? Прежде всего, они хотели бы получать больше информации об успехах и победах могилевских спортсменов (52,1 %); о героическом прошлом нашей Родины (48,95 %); о международном авторитете страны (17,35 %); о достижении Республики Беларусь в области науки и экономики (16,4 %) [1].

С учетом информационных запросов молодежи сегодня на региональном радио создаются тематические страницы, освещающие вопросы реализации молодежной политики. В радиопередачах стал активнее происходить обмен информацией о молодежных проблемах. Принципиально новым явлением в работе радио Могилевского региона стала организация и реализация социального общения с молодежью с использованием позитивного эффекта, в частности, на примерах развития молодежных субкультур Могилевского региона. Все это сделало относительно устойчивой радиоаудиторию молодежи.

Нас интересовало, как часто слушают радио жители Могилевщины. Анализ последних данных социологических опросов показал, что не все жители с одинаковой периодичностью слушают радио. Каждый второй участник опроса (46,9 %) сегодня слушает радио ежедневно. Несколько раз в неделю — уже 17,6 % опрошенных. Примерно раз в неделю слушают радио только 10,9 % респондентов. А 24,6 % делают это примерно раз в месяц. В то же время почти каждый второй опрошенный респондент Могилевской области (40,4 %) указал на то, что радио никогда не слушает [1].

Характерно, что в последние годы такая картина просматривается не только в среде радиослушателей. Эта общая тенденция характерна для всего СМИ в области [1]. Постоянно уменьшается и число телезрителей Могилевской области. Это обусловлено тем, что на сегодняшний день Интернет стал одной из важнейших слагаемых жизни белорусского жителя и является наиболее активно развивающимся информационным ресурсом. Он обеспечивает любому желающему быстрый и постоянный доступ к любой информации и не только создает принципиально новый способ общения людей, но и формирует коммуникативную компетентность и корпоративную культуру, не имеющие аналогов в мире

Проведенные исследования показывают, что мужчины и женщины Могилевской области слушают радио примерно в равной степени. На вариант ответа «слушаю радио ежедневно» указали 46,0 % мужчин и 47,7 % женщин. Несколько раз в неделю находятся у радиоточек 20,5 % мужчин и 15,2 % женщин. Примерно раз в неделю прослушивают радио 10,5 % и 11,2 % соответственно мужчин и женщин. Значительное количество жителей области (23,0 % и 26,0 %) слушают радио примерно один раз в месяц. Вариант ответа «не слушаю радио» выбрали 37,8 % респондентов женского пола и 43,2 % — мужского пола [1]. Все это свидетельствует о том, что у значительного количества опрошенных респондентов Могилевской области, независимо от их полового признака, сложилось стойкое нежелание слушать передачи регионального радио.

А как же выглядит картина прослушивания жителями области передач радио по различным возрастным категориям? Как часто слушают радио респонденты области согласно возрасту? (Таблица).

Таблица

Распределение ответов респондентов на вопрос:  
«Как часто Вы слушаете радио?», по возрасту, %

Варианты ответа	16–29 лет	30–39 лет	40–49 лет	50–59 лет	60 лет и старше
Ежедневно	25,2	54,0	55,3	48,2	56,2
Несколько раз в неделю	20,3	18,0	14,6	20,0	15,2
Примерно раз в неделю	9,8	11,0	11,7	10,6	11,4
Несколько раз в месяц	4,7	17,0	18,4	21,2	17,1
Не слушают радио	47,0	40,5	38,1	36,9	36,4

Как видно из таблицы, среди лиц средней и старшей возрастных категорий количество ежедневно слушающих радио значительно выше, чем у молодежи (16–29 лет) — 55,3, 54,0, 56,2, 48,2 и 25,2 % соответственно. Одновременно сегодня просматривается тенденция некоторого увеличения количества респондентов молодого возраста, прослушивающих радио несколько раз в неделю (20,3 %). В старших возрастных группах количество прослушивающих радио несколько ниже. Что касается прослушивания радио примерно один раз в неделю и несколько раз в месяц, то и здесь молодые люди также менее активны (9,8 и 4,7 %). В старших возрастных группах населения области это несколько выше (от 11,4 до 17,1 %). Но самое печальное, что абсолютно не слушают радио почти половина молодых респондентов области (47,0 %) [1].

Какие радиостанции чаще всего слушают могилевские респонденты? Данные последнего опроса свидетельствуют о том, что чаще других респонденты слушают «Радио Могилев» — 38,8 %. Это несколько больше, чем в прошлые годы (менее 30 %) [2].

Далее ответы респондентов распределились в следующей последовательности:

- «Русское радио» — 33,1 %;
- «Радио Рокс» — 35,5 %;
- «Радио Пилот FM» — 16,1 %;
- «Новое радио» — 18,2 %;
- «Радио Би-Эй» — 8,3 %;
- «Радио Зефир» — 3,5 %;
- «Юнистар» — 1,4 %.

Менее всего слушают могилевские респонденты и не отдают предпочтения передачам следующих радиостанций:

- «Первый Национальный канал Белорусского радио» — 1,2 %;
- «Юмор FM» — 1,0 %;

- «Радиус FM» — 0,6 %;
- «Радио Европа Плюс» — 0,4 %;
- «Авторadio» — 0,2 %;
- «Радио МИР» — 0,4 %;
- «Наше радио» — 0,2 %.

*\*Примечание:* сумма процентов превышает 100 %, т. к. респонденты могли отметить несколько вариантов ответа.

Отдельно стоит отметить, что в последние десятилетия благодаря новым технологиям стала возможна передача данных не только в AM- и FM-диапазонах, но и через Интернет, которая не требует использования радиоприемных устройств. Однако, как показали данные последнего исследования, среди жителей области новая технология приема сигнала широкого распространения пока не имеет. Так, сегодня слушают радио через Интернет только 6,0 % опрошенных респондентов области [1].

Основная масса респондентов, согласно данным последнего социологического исследования, предпочитает слушать радио в машине — 54,8 %. Дома радио слушают несколько меньше (28,9 %) жителей области. А 20,3 % респондентов предпочитают слушать радио на даче. Интересно, что 15,1 % опрошенных респондентов это делают на своей работе. А остальные прослушивают радиопередачи где придется (13,8 %) или в компании друзей (1,2 %).

Исходя из результатов данного опроса, можно предположить, что целенаправленного прослушивания определенных тематических радиопередач у жителей области не прослеживается. Такая картина просматривалась у респондентов Могилевщины и в прошлые годы.

Тогда возникает вопрос, что привлекает в радиопередачах жителей области. В ходе исследования у респондентов поинтересовались, какие радиопередачи им больше всего нравится слушать по радио. Так, ответы распределились в следующем порядке:

- развлекательные и музыкальные передачи — 71,1 %;
- новости — 51,4 %;
- научные, познавательные — 24,2 %;
- спортивные передачи — 11,0 %;
- обучающие передачи — 9,7 % [1].

Согласно данным последнего исследования, наибольшей популярностью среди радиопередач у жителей Могилевской области пользуются развлекательные и музыкальные программы. У более половины населения вызывают интерес новостные передачи. Почти каждый четвертый респондент области не уделяет внимания научным и познавательным передачам радио. Одновременно четко

просматривается тенденция отсутствия привлекательности у населения области радиопередач, посвященных сугубо культурной тематике.

Таким образом, как показывают результаты социологических исследований в период с 2012 по 2020 год, деятельность радио как средство массовой информации Могилевской области претерпевает некоторые изменения. Идет поиск новых форм работы по распространению информации на массовую аудиторию с учетом того, насколько они актуальны, интересны и популярны среди различных возрастных групп населения. В то же время полученные данные показывают, что популярность радиопередач как источника информации среди жителей Могилевской области еще недостаточна велика. В настоящее время радио выполняет в основном развлекательную, а не информационную и познавательную функцию. Низка ее роль в формировании коммуникативной компетенции жителей Могилевской области. В большинстве случаев респонденты включают радиоприемники, когда просто хотят послушать музыку.

1. Исследование возможностей средств массовой информации, их непосредственного воздействия на социально-экономические, политические и духовно-нравственные стороны функционирования общества : отчет о НИР (сводный) / Отдел социологических исследований и информационно-аналитической работы КИУП «Информационное агентство “Могилевские ведомости”» ; рук. Н. В. Новикова. Могилев, 2020. 49 с. [Вернуться к статье](#)

2. Информационное пространство Беларуси как объект социологического анализа: региональный аспект : отчет о НИР / Могилевский институт региональных социально-политических исследований ; рук. Н. Е. Лихачев. Могилев, 2012. 60 с. № ГР 20122130. [Вернуться к статье](#)

V. D. Vyborny

### **The role of radio in the formation of the communicative competence of the inhabitants of the Mogilev region (sociological analysis)**

As the results of sociological research show, in the period from 2012 to 2020, the activity of radio as a mass media is undergoing major changes. There is a search for new forms of work to disseminate information to a mass audience, taking into account how relevant, interesting and popular they are among different age groups of the population. At the same time, the data obtained show that the popularity of radio as a source of information is not yet sufficiently high. Currently, it performs mainly an entertaining, rather than informational and educational function. Its role in the formation of the communicative competence of the inhabitants of the Mogilev region is low. In most cases, they turn on the radio when they just want to listen to music.